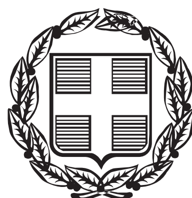


ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ **Αρ. Φύλλου 927**

14 Απριλίου 2014

Αριθμ. απόφασης [1]357/V/2007

Λήψη απόφασης επί της προηγούμενης γνωστοποίησης σύμφωνα με το άρθρο 4β παρ. 1 του Ν. 703/77, όπως ισχύει, της εταιρείας «MARFIN INVESTMENT GROUP Α.Ε.» αναφορικά με την απόκτηση αποκλειστικού έλεγχου επί της εταιρείας «VIVARTIA Α.Β.Ε.Ε.».

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ – ΤΜΗΜΑ Α΄

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 7η Σεπτέμβριου 2007, ημέρα Πέμπτη και ώρα 12:30, με την εξής σύνθεση:

Προεδρεύων: Αριστομένης Κομισόπουλος

Μέλη: Φαίδων Στράτος,
Βασίλειος Πατσουράτης, λόγω κωλύματος του τακτικού μέλους Γαρυφαλιάς Αθανασίου,
Δημήτριος Γιαννέλης, και
Ελίζα Αλεξανδρίδου

Γραμματέας: Όλγα-Ανίτα Ραφτοπούλου, λόγω κωλύματος της τακτικής Γραμματέως Αικατερίνης Τριβέλη.

Θέμα της συνεδρίασης ήταν η λήψη απόφασης επί της προηγούμενης γνωστοποίησης, σύμφωνα με το άρθρο 4β παρ. 1 του Ν. 703/77, όπως ισχύει, της εταιρείας «MARFIN INVESTMENT GROUP Α.Ε.» αναφορικά με την απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας «VIVARTIA Α.Β.Ε.Ε».

Στην αρχή της συζήτησης, το λόγο έλαβε η Γενική Εισηγητήτρια Σοφία Καμπερίδου, Προϊσταμένη της Α΄ Διεύθυνσης Εφαρμογών της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού (εφεξής Γ.Δ.Α.), η οποία ανέπτυξε συνοπτικά τη γραπτή εισήγηση (αριθ. πρωτ. 4851/30.8.2007) της Υπηρεσίας και πρότεινε για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην εισήγηση, τη μη απαγόρευση της υπ' αριθ. ημ. πρωτ. 4384/23.07.2007 γνωστοποιηθείσης, σύμφωνα με το άρθρο 4β του Ν. 703/77, όπως ισχύει, συγκέντρωσης, κατά το άρθρο 4δ παρ. 3 του Ν. 703/77, όπως ισχύει.

Κατόπιν η Επιτροπή Ανταγωνισμού - Τμήμα Α΄ διασκέφθηκε και αφού έλαβε υπόψη της όλα τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης και την Εισήγηση της Γ.Δ.Α.,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

Ι. Την 30.7.2007 (αριθ. ημ. πρωτ. 4511) η εταιρεία MARFIN INVESTMENT GROUP Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ (εφεξής «MIG») γνωστοποίησε στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού κατά το άρθρο 4β Ν. 703/77, ως ισχύει, ότι στις 16 και 17.7.2007 απέκτησε χρηματιστηριακά κοινές ονομαστικές μετοχές της εταιρείας VIVARTIA Α.Β.Ε.Ε. ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ (εφεξής «VIVARTIA»), οι οποίες αντιστοιχούν συνολικά σε ποσοστό 50,86% του μετοχικού κεφαλαίου (μ.κ.) και των δικαιωμάτων ψήφου της τελευταίας, καθώς και ότι προτίθεται να προβεί και σε δημόσια πρόταση για την εξαγορά μέχρι και του συνόλου των μετοχών της VIVARTIA (το οποίο και έπραξε την 6.8.2007).

Η γνωστοποιηθείσα πράξη συνιστά συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 4 παρ. 2 στοιχ. β) Ν. 703/77, ως ισχύει, εμπίπτουσα στον προληπτικό έλεγχο του άρθρου 4β του νόμου καθόσον πληροί τα κριτήρια υπάγωγής της παραγράφου 1 αυτού δεδομένου ότι, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία και τις δηλώσεις της γνωστοποιούσας, ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων (ήτοι των Ομίλων MIG και VIVARTIA) το 2006, ξεπέρασε, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 4στ Ν. 703/77, τα [...] ευρώ, ενώ στην εθνική αγορά ο κύκλος εργασιών του Ομίλου MIG ανήλθε σε [...] ευρώ και του Ομίλου VIVARTIA σε [...] ευρώ (βλ. αναλυτικότερα Ενότητα ΙΙ.Γ εισήγησης).

Η γνωστοποίηση υπεβλήθη από την υπόχρεη σε γνωστοποίηση (εξαγοράζουσα) εταιρεία MIG εμπρόθεσμα, προσκομίσθηκε το νόμιμο παράβολο (Δ.Ο.Υ Φ.Α.Β.Ε Αθηνών 5691/1.8.07 σειρά ΣΤ΄ 46683688), καθώς και το φύλλο της εφημερίδας ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ της 2.8.2007, στην οποία και δημοσιεύθηκε σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 4β παρ. 6 του νόμου και στην με αριθ. 305/V/2006 Απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού

[1] Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 26 παρ. 7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 1890/Β΄/29.12.2006), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκε ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραλειφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

Η εξαγοραζόμενη εταιρεία VIVARTIA, μέσω των εταιρειών του Ομίλου της κατέχει δεσπόζουσα θέση στις αγορές των: (α) σοκολατούχου γάλακτος (με μερίδιο [...]% το 2006), (β) κατεψυγμένων λαχανικών (με μερίδιο άνω του [...]%), και (γ) προϊόντων μαλακής ζύμης (με μερίδιο μεταξύ [...]% και [...]%), ενώ ηγείται και στις αγορές των: (δ) λευκού γάλακτος (μερίδιο [...]% το 2006) και ιδίως της μεγαλύτερης υπο-αγοράς αυτού, ήτοι της αγοράς του φρέσκου γάλακτος ([...]% το 2006), (ε) επιδορπίων με βάση το γάλα ([...]% το 2005), (στ) του χύμα γιαουρτιού ([...]% το 2005), και (ζ) ετοίμων κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης (με μερίδιο [...]%) με τις επιχειρήσεις ΑΛΕΣΙΣ Α.Ε. και ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ (που ελέγχει από κοινού με τον Μ. Αραμπατζή), χωρίς από τα στοιχεία του φακέλου να προκύπτει οπωσδήποτε κατάχρηση της δεσπόζουσας αυτής θέσης της, ούτε ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης λόγω της κρινόμενης συγκέντρωσης.

II. ΤΑ ΜΕΡΗ

Α. MARFIN INVESTMENT GROUP ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ με διακριτικό τίτλο «MARFIN INVESTMENT GROUP» (εφεξής και MIG) (η εξαγοράζουσα).

Η εταιρεία συμμετοχών και επενδύσεων MIG εδρεύει στο Μαρούσι Αττικής, είναι εισηγμένη στο Χ.Α.Α. και έχει ως κύριο αντικείμενο δραστηριότητας τις εξαγορές εταιρειών, μετοχικές συμμετοχές και επενδύσεις (buy out and equity investments), τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

Σύμφωνα με τα δηλωθέντα και τα προσκομισθέντα στοιχεία, η MIG ηγείται Ομίλου, ο οποίος μέχρι πρότινος δραστηριοποιούνταν στον χρηματοπιστωτικό κλάδο. Την 10.2.2007 όμως το Δ.Σ. της αποφάσισε (α) τη μεταφορά όλων των τραπεζικών δραστηριοτήτων του Ομίλου της απευθείας στην Μητρική της Εταιρεία, MARFIN POPULAR BANK PUBLIC CO LTD, και (β) την επικέντρωση του Ομίλου της στην ανάπτυξη ενός χαρτοφυλακίου επενδύσεων στις Χώρες Στόχους. Έτσι, σήμερα ο Όμιλος αποτελείται από τις εταιρείες «MARFIN CAPITAL S.A.» ([...]%), «EUROLINE ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Ε.Ε.Χ.» ([...]%) και «MARFIN LEISURE LIMITED» ([...]%). Επίσης, από τα προσκομισθέντα στοιχεία προκύπτει ότι η εταιρεία κατέχει μερίδιο συμμετοχής [...]% και στην εταιρεία INTERINVEST Α.Ε.Ε.Χ..

Καίτοι στο Ετήσιο Δελτίο 2006 της MIG αναφέρεται ότι η εταιρεία αποτελεί θυγατρική της MARFIN POPULAR BANK PUBLIC COMPANY LIMITED (πρώην ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΛΙΜΙΤΕΔ), με έδρα στη Κύπρο, της οποίας η μετοχή διαπραγματεύεται στο Χ.Α.Α. και Χ.Α.Κ., στην γνωστοποίησή της η MIG αναφέρει ότι «Με την ολοκλήρωση της αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου της MIG (την 16.7.2007 ξεκίνησε η διαπραγμάτευση των νέων μετοχών που προήλθαν από την αύξηση στο Χρηματιστήριο Αθηνών) το ποσοστό της εταιρείας ...«MARFIN POPULAR BANK PUBLIC CO» (στο εξής «η MPB») στο μετοχικό κεφάλαιο της MIG περιορίστηκε σε [...]% και κατά συνέπεια η MPB δεν ελέγχει την MIG κατά την έννοια του άρθρου 4 στ παρ. 5 ούτε την ενοποιεί πλέον στις οικονομικές της καταστάσεις».

Σύμφωνα με τα στοιχεία του υποβληθέντος φακέλου γνωστοποίησης, την 17.7.2007, πλην των DUBAI GROUP LIMITED και MARFIN POPULAR BANK PUBLIC CO LTD, οι οποίες κατείχαν [...]% και [...]%, αντίστοιχα, του μετοχικού κεφαλαίου της MIG, κανένας άλλος μέτοχος δεν κατείχε ποσοστό άνω του [...]% του μ.κ. της.

Β. VIVARTIA ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ με διακριτικό τίτλο «VIVARTIA Α.Β.Ε.Ε.» (η εξαγοραζόμενη).

Η εξαγορασθείσα εταιρεία VIVARTIA, η οποία προήλθε με την απορρόφηση από τη ΔΕΛΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε. των θυγατρικών της εταιρειών GOODY'S ΑΕ, ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ Α.Ε. και ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤΥΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε., καθώς και της ανεξάρτητης εταιρείας «CHIPITA INTERNATIONAL S.A.»-Α.Β.ΚΑΙΕ.Ε. ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΤΡΟΦΩΝ και οι οποίες εταιρείες την 6.8.2007 μετασχηματίστηκαν σε κλάδους της Vivartia αντίστοιχα, ως εξής: ● Κλάδος Γαλακτοκομικών και Ποτών ● Κλάδος Αρτοποιίας και Ζαχαρωδών ● Κλάδος Υπηρεσιών Εστίασης και Ψυχαγωγίας ● Κλάδος Καταψυγμένων Τροφίμων, εδρεύει στο Μαρούσι Αττικής, είναι εταιρεία χαρτοφυλακίου, εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (ΧΑΑ) και αποτελεί τη μητρική ομώνυμου Ομίλου επιχειρήσεων, ο οποίος μέσω των θυγατρικών του δραστηριοποιείται στους κλάδους των γαλακτοκομικών και τυροκομικών προϊόντων, βουτύρου, τυποποιημένων χυμών, κατεψυγμένων λαχανικών, μυρωδικών, κατεψυγμένων ζυμών και έτοιμων κατεψυγμένων προϊόντων με γέμιση, ταχείας/μαζικής εστίασης, καφέ-ζαχαροπλαστείων, βιομηχανικού catering, ζωοτροφών, προϊόντων μαλακής ζύμης για ατομική χρήση, τυποποιημένων κέικς, αλμυρών σνακς, μαρμελάδων και προϊόντων σοκολατοποιίας.

Προ της γνωστοποιηθείσας πράξης, η μετοχική σύνθεσή της είχε ως εξής: Δημήτρης Δασκαλόπουλος [...] %, Morgan Stanley & Co International Ltd [...]%, Morgan Stanley & Co Incorporated New York [...]%, Σπυρίδων Θεοδωρόπουλος [...] %, Competrol Establishment [...] %, Λοιποί θεσμικοί και ιδιώτες [...] %.

Μετά την γνωστοποιηθείσα πράξη, ήτοι την 17.7.2007, κατά δήλωση της γνωστοποιούσας η δομή ιδιοκτησίας και ελέγχου της VIVARTIA είχε ως εξής: Marfin Investment Group [...] %, Δημήτρης Δασκαλόπουλος [...] %, Σπυρίδων Θεοδωρόπουλος [...] %, Morgan Stanley and Co International Plc * [...] %, Morgan Stanley and Co Incorporated New York [...]%, Λοιποί θεσμικοί και ιδιώτες [...]%.

Περαιτέρω, η γνωστοποιούσα αναφέρει ότι η δομή ιδιοκτησίας και ελέγχου της VIVARTIA στον Όμιλο της οποίας ανήκουν οι επιχειρήσεις που εμφαίνονται στο συνημμένο στην εισήγηση της Γ.Δ.Α. Παράρτημα Β, θα εξαρτηθεί μελλοντικά από το ποσοστό αποδοχής της δημόσιας πρότασής της.

III. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή/και υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, των τιμών τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται. Η δε σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία προσφέρουν ή ζητούν τα σχετικά προϊόντα ή παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθή-

κες ανταγωνισμού και η οποία μπορεί να διακριθεί από άλλες γειτονικές γεωγραφικές περιοχές, ιδίως λόγω των αισθητά διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν σ' αυτές.

Ως «επηρεαζόμενη αγορά» νοείται:

α) Κάθε σχετική αγορά στην οποία ασκούν επιχειρηματικές δραστηριότητες δύο ή περισσότερες από τις συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις, εφόσον εκτιμάται ότι η συγκέντρωση θα οδηγήσει σε συνολικό μερίδιο στην αγορά αυτή ύψους τουλάχιστον 15% (Η περίπτωση αφορά οριζόντιες σχέσεις), καθώς και

β) Κάθε σχετική αγορά στην οποία ασκεί επιχειρηματικές δραστηριότητες οποιαδήποτε συμμετέχουσα επιχείρηση και βρίσκεται σε προηγούμενο ή επόμενο στάδιο της παραγωγικής ή εμπορικής διαδικασίας του προϊόντος σε σχέση με την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται άλλη συμμετέχουσα επιχείρηση, και οποιοδήποτε από τα ατομικά ή συνδυασμένα μερίδια αγοράς των επιχειρήσεων αυτών, σε οποιοδήποτε στάδιο της παραγωγικής ή εμπορικής διαδικασίας, ανέρχεται σε 25% τουλάχιστον, ανεξάρτητα αν μεταξύ των μερών υφίσταται σχέση προμηθευτή/πελάτη (η περίπτωση αφορά τις κάθετες σχέσεις).

Ενόψει αυτών, η κρινόμενη υπόθεση αφορά κατ' αρχήν τις επιμέρους σχετικές αγορές των: 1) Γαλακτοκομικών προϊόντων, 2) Τυροκομικών προϊόντων, 3) Βουτύρου, 4) Χυμών, 5) Κατεψυγμένων λαχανικών, 6) Μυρωδικών, 7) Κατεψυγμένων ζυμών και έτοιμων κατεψυγμένων προϊόντων με γέμιση, 8) Ταχείας/μαζικής εστίασης, 9) Καφέ-ζαχαροπλαστείων, 10) Βιομηχανικού catering, 11) Ζωοτροφών, 12) Προϊόντων μαλακής ζύμης για ατομική χρήση, 13) Τυποποιημένων κέϊκς, 14) Αλμυρών σνακς, 15) Μαρμελάδων, και 16) Προϊόντων σοκολατοποιίας.

Ως σχετική γεωγραφική αγορά θα πρέπει να ληφθεί το σύνολο της ελληνικής επικράτειας για κάθε επιμέρους σχετική αγορά προϊόντος.

Περαιτέρω, από τα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης δεν προκύπτει ότι υφίστανται επιχειρήσεις του Ομίλου της εξαγοράζουσας (θυγατρικές ή συνδεδεμένες) οι οποίες να δραστηριοποιούνται στις ως άνω σχετικές αγορές ή σε προηγούμενο ή επόμενο στάδιο της παραγωγικής ή εμπορικής διαδικασίας προϊόντων σε σχέση με τις αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις του Ομίλου της εξαγοραζόμενης. Ως εκ τούτου, στην υπό κρίση υπόθεση δεν υφίστανται επηρεαζόμενες αγορές.

IV. ΔΟΜΗ ΑΓΟΡΩΝ - ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ - ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία που παρατίθενται στις με αριθ. 314/V/2006, 341/V/2007 Αποφάσεις, σχετικά με τις συνθήκες ανταγωνισμού και τα μερίδια των βασικών ανταγωνιστών σε κάθε επιμέρους σχετική αγορά, σε συνδυασμό με τα στοιχεία που παρατίθενται στον Ετήσιο Απολογισμό Έτους 2006 της VIVARTIA και που προσκόμισε η γνωστοποιούσα, σημειώνονται τα εξής, ως προς τη δομή των σχετικών αγορών:

1. Γαλακτοκομικά Προϊόντα

Η αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων διακρίνεται στις επιμέρους σχετικές αγορές των: (i) Λευκού γάλακτος, (ii) Σοκολατούχου γάλακτος, (iii) Κρέμας γάλακτος, (iv) Επιδορπίων με βάση το γάλα και (v) Γιαουρτιού. Στην υπό κρίση περίπτωση δεν τίθεται θέμα περαιτέρω διάκρισης κάθε επιμέρους αγοράς α) στο λιανικό εμπόριο και β) στην επαγγελματική αγορά (food service ή Catering), δεδομένου ότι από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι η εκτίμηση επί των αποτελεσμάτων της κρινόμενης πράξης στον ανταγωνισμό δεν θα άλλαζε από μία τέτοια (στενότερη) οριοθέτηση των αγορών, στις οποίες εξάλλου δραστηριοποιείται από τα μέρη μόνον ο Όμιλος VIVARTIA.

Οι επιμέρους σχετικές αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων από γεωγραφική άποψη, στην υπό κρίση περίπτωση, καταλαμβάνουν όλη την ελληνική επικράτεια, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα του Ομίλου VIVARTIA υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

α) Λευκό Γάλα

Ο ευρύτερος κλάδος γάλακτος περιλαμβάνει τους υπο-κλάδους: (i) του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, (ii) του γάλακτος υψηλής παστερίωσης, (iii) του γάλακτος μακράς διαρκείας και (iv) του συμπυκνωμένου γάλακτος. Ο Όμιλος VIVARTIA δραστηριοποιείται στους υπο-κλάδους του φρέσκου γάλακτος, του γάλακτος υψηλής παστερίωσης και (από το 2006) του συμπυκνωμένου γάλακτος.

Το μερίδιο της VIVARTIA στην ευρύτερη αγορά του λευκού γάλακτος το 2005 εκτιμάται ότι κυμάνθηκε σε [...]%-[...]% και το 2006 σε [...]%. Το 2005 τα μερίδια των κυριότερων ανταγωνιστών της διαμορφώθηκαν ως εξής: FRIESLAND HELLAS A.E. (εφεξής FRIESLAND) [...]%, ΦΑΓΕ Α.Ε. άνω του [...]% και έπονται οι ΟΛΥΜΠΟΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΛΑΡΙΣΗΣ Α.Ε. (εφεξής ΟΛΥΜΠΟΣ), NESTLE HELLAS A.E. (εφεξής NESTLE) και ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε..

Σε ότι αφορά τις υπο-αγορές λευκού γάλακτος: α) Ο Όμιλος VIVARTIA ηγείται της μεγαλύτερης σε όγκο από αυτές, ήτοι αυτής του φρέσκου γάλακτος, με μερίδιο [...]% το 2006. Έπεται η εταιρεία ΟΛΥΜΠΟΣ της οποίας το μερίδιο από [...]%-[...]% το 2003 έφθασε σε [...]-[...]% το 2005. β) Στην ταχύτερα αναπτυσσόμενη αγορά του γάλακτος υψηλής παστερίωσης, όπου ηγούνται οι εταιρείες FRIESLAND και ΦΑΓΕ με ποσοστά άνω του [...]% κάθε μία, ο Όμιλος VIVARTIA κατέχει την [...] θέση με μερίδιο [...]% περίπου. γ) Στην υπο-αγορά του εβαπορέ γάλατος, στην οποία ηγείται η FRIESLAND με μερίδιο περί το [...]%, ο Όμιλος VIVARTIA κατείχε μερίδιο [...]% το 2006 από [...]% το 2005, οι δε λοιποί ανταγωνιστές [με προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label) ως επί το πλείστον] κατέχουν μερίδια κάτω του [...]% έκαστος.

β) Σοκολατούχο Γάλα

Ο Όμιλος VIVARTIA κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά σοκολατούχου γάλακτος (κυρίως με το σήμα "MILKO") με μερίδιο [...]% περίπου το 2005 και [...]% το 2006. Οι πλησιέστεροι ανταγωνιστές της, ΦΑΓΕ και ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε., το 2005 κατείχαν μερίδια [...]%[...]και οι λοιποί μερίδια κάτω του [...]%.

γ) Κρέμα γάλακτος

Στην αγορά της κρέμας γάλακτος ηγείται η εταιρεία ΦΑΓΕ με μερίδιο το οποίο δεν ξεπερνά το [...]% και έπεται η FRIESLAND με μερίδιο [...]%-[...]% περίπου, ενώ η VIVARTIA κατέχει την [...] θέση με μερίδιο κάτω του [...]% (Η VIVARTIA εκτιμά ότι το 2006 το μερίδιό της στην αγο-

ρά αυτή ανήλθε σε […]%.). Το μερίδιο των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας το 2005 εκτιμάται ότι ξεπέρασε το […]%.

δ) Επιδόρπια με βάση το γάλα

Ο Όμιλος VIVARTIA ηγείται και στην αγορά αυτή με μερίδιο, το οποίο - καίτοι την τριετία 2003-2005 παρουσίασε κάμψη - το 2005 υπολογίζεται ότι ανήλθε σε […]% περίπου, με τις ΦΑΓΕ και ΜΕΒΓΑΛ να έπονται με μερίδια […]% και […]%, αντίστοιχα και τους λοιπούς ανταγωνιστές να βρίσκονται κάτω του […]%. Η VIVARTIA εκτιμά ότι το 2006 το μερίδιό της στην αγορά αυτή ανήλθε σε […]%.

ε) Γιαούρτι (τυποποιημένο και χύμα)

Η αγορά διακρίνεται κατ'αρχήν στις επιμέρους αγορές του χύμα και του τυποποιημένου γιαουρτιού. Εξ' αυτών το τυποποιημένο γιαούρτι μπορεί να διακριθεί στις υπο-αγορές του λευκού γιαουρτιού (χωρίς πρόσθετα συστατικά) και του γιαουρτιού με πρόσθετα συστατικά (φρούτα, δημητριακά κ.α.). Αναλόγως δε του τρόπου παρασκευής τους τα γιαούρτια διακρίνονται σε: (i) Στραγγισμένα, τα οποία προκύπτουν από την αφαίρεση του ορού γάλακτος, (ii) Set, των οποίων η πήξη πραγματοποιείται μέσα στο κύπελλο, και (iii) Stirred, τα οποία αναδεύονται μετά την πήξη τους και στα οποία είναι δυνατόν να προστεθούν χυμοί ή κομμάτια φρούτων. Τέλος, η αγορά μπορεί να διακριθεί περαιτέρω αναλόγως της χρησιμοποιούμενης πρώτης ύλης (γάλα αγελάδος ή πρόβειο) και της περιεκτικότητας του προϊόντος σε λιπαρά (πλήρες, άπαχο, κ.α.). Στην υπό κρίση περίπτωση η ακριβής οριοθέτηση της σχετικής αγοράς παρέλκει δεδομένου ότι σ' αυτή (i) δραστηριοποιείται από τα μέρη μόνον ο Όμιλος VIVARTIA και ως εκ τούτου δεν τίθεται θέμα αύξησης/ενδυνάμωσης του μεριδίου του, (ii) η υφιστάμενη μερική υποκατάσταση μεταξύ των προϊόντων των διαφόρων κατηγοριών γιαουρτιού καθιστά την ακριβή οριοθέτηση των αγορών δυσχερή και (iii) τόσο ο πραγματικός όσο και ο δυνητικός ανταγωνισμός είναι υπαρκτοί στην αγορά και δεν αναμένεται επηρεασμός των ανταγωνιστικών συνθηκών λόγω της κρινόμενης πράξης.

Από τα διαθέσιμα στοιχεία προκύπτει ότι (α) στην ευρύτερη αγορά γιαουρτιού ηγείται η εταιρεία ΦΑΓΕ με μερίδιο της τάξης του […]% περίπου το 2005 (και φθίνουσα πορεία την τριετία 2003-2005) και έπονται η VIVARTIA με μερίδιο […]% περίπου (και μάλλον σταθερή πορεία), η ΜΕΒΓΑΛ με μερίδιο […]% περίπου (και σταθερή πορεία) και η FRIESLAND με μερίδιο περί το […]% (και αύξουσα πορεία). Οι υπόλοιποι ανταγωνιστές συγκεντρώνουν μερίδια κάτω […]% έκαστος. (β) Στην αγορά του τυποποιημένου γιαουρτιού ηγείται και πάλι η εταιρεία ΦΑΓΕ με μερίδιο […]%-[…]% το 2005 (και φθίνουσα πορεία) και έπονται η VIVARTIA με μερίδιο […]-[…]%, η ΜΕΒΓΑΛ με μερίδιο […]% περίπου και η FRIESLAND με μερίδιο περί το […]% (και σημαντικά αύξουσα πορεία την διετία 2004-2005). Οι υπόλοιποι ανταγωνιστές συγκεντρώνουν μερίδια κάτω του […]% έκαστος. (γ) Στην αγορά του χύμα γιουρτιού το μερίδιο του Ομίλου VIVARTIA εκτιμάται στο […]% το 2005, της ΜΕΒΓΑΛ σε […]% και της ΦΑΓΕ σε […]%.

Η VIVARTIA εκτιμά ότι το 2006 τα μερίδιά της στις ανωτέρω αγορές «παραμένουν ουσιωδώς στα πλαίσια αυτών του 2005».

2. Τυροκομικά Προϊόντα και Βούτυρο

Η αγορά τυροκομικών προϊόντων και βουτύρου, στην οποία δραστηριοποιείται από τα μέρη μόνον ο Όμιλος VIVARTIA, διακρίνεται στις παρακάτω επιμέρους σχετικές αγορές, οι οποίες από γεωγραφική άποψη καλύπτουν όλη την ελληνική επικράτεια, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα του Ομίλου υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

α) Μαλακά και ημίσκληρα τυριά

Η αγορά των τυροκομικών προϊόντων διακρίνεται, βάσει της προέλευσης του γάλακτος (αιγοπρόβειο ή αγελαδινό), στις επιμέρους σχετικές αγορές: (i) των μαλακών τυριών και τυριών τυρογάλακτος (λευκά τυριά όπως φέτα, μυζήθρα, μανούρι κ.λπ.), (ii) των ημίσκληρων τυριών (κυρίως κίτρινα τυριά, όπως κασέρι, edam, κ.λπ.) και (iii) των σκληρών τυριών (κυρίως κίτρινα τυριά, όπως κεφαλογραβιέρα, γραβιέρα κ.λπ.). Το 90% περίπου της κατανάλωσης τυροκομικών καλύπτεται από χύμα διατιθέμενα προϊόντα (πάγκου) για τα οποία δεν υφίστανται επίσημες μετρήσεις και ως εκ τούτου η συνολική αγορά δεν είναι προσδιορίσιμη.

Ο Όμιλος VIVARTIA δραστηριοποιείται μόνον στις αγορές των μαλακών και των ημίσκληρων τυριών. Ειδικότερα: (α) Το μερίδιο του Ομίλου στην αγορά μαλακών τυριών κυμάνθηκε, την διετία 2004-2005, σε επίπεδα κάτω του […]%. Σημαντικά υψηλότερα μερίδια στην αγορά αυτή διαθέτουν οι εταιρείες ΜΕΒΓΑΛ, ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε., ΦΑΓΕ και ΗΠΕΙΡΟΣ Α.Ε. (β) Στην αγορά των ημίσκληρων τυριών ο Όμιλος παρουσίασε πτωτική πορεία την τριετία 2003-2005 με μερίδιο το οποίο από […]%-[…]% το 2003 έπεσε στο […]%-[…]% το 2005. Στην αγορά ηγείται η ΦΑΓΕ με μερίδιο […]%-[…]% και έπεται η ΜΕΒΓΑΛ με μερίδιο […]%-[…]%.

Η VIVARTIA εκτιμά ότι το 2006 τα μερίδιά της στις ανωτέρω αγορές «παραμένουν ουσιωδώς στα πλαίσια αυτών του 2005».

β) Βούτυρο

Η ευρύτερη αγορά βουτύρου μπορεί να διαχωριστεί σε υπο-αγορές αναλόγως κυρίως της χρησιμοποιούμενης α' ύλης (ζωικής προέλευσης - αγελαδινό ή κατσικίσιο γάλα) και του είδους της πελατείας (λιανεμπόριο και επαγγελματική αγορά). Στην υπό κρίση περίπτωση η ακριβής οριοθέτησή της αγοράς αυτής παρέλκει δεδομένου ότι σ' αυτή (i) δραστηριοποιείται από τα μέρη μόνο ο Όμιλος VIVARTIA και συνεπώς δεν υφίσταται θέμα αύξησης/ενδυνάμωσης του μεριδίου του, (ii) η υφιστάμενη μερική υποκατάσταση μεταξύ των προϊόντων των διαφόρων κατηγοριών βουτύρου καθιστά την ακριβή οριοθέτηση των αγορών δυσχερή και (iii) τόσο ο πραγματικός όσο και ο δυνητικός ανταγωνισμός είναι υπαρκτοί και δεν αναμένεται επηρεασμός των ανταγωνιστικών συνθηκών λόγω της κρινόμενης πράξης.

Το μερίδιο του Ομίλου VIVARTIA στην αγορά βουτύρου υπολογίζεται σε […]% περίπου. Στον κλάδο ηγείται η εταιρεία ARLA Α.Ε.Β.Ε.Ε. με μερίδιο […]% περίπου το 2005. Η VIVARTIA εκτιμά ότι το 2006 το μερίδιό της και στην ανωτέρω αγορά «παραμένει ουσιωδώς στα πλαίσια αυτού του 2005».

γ) Χυμοί

Στην αγορά χυμών δεν περιλαμβάνονται τα αεριούχα ποτά καθώς, λόγω των χημικών και γευστικών ιδιαιτεροτήτων τους, δεν αντιμετωπίζονται ως υποκατάστατα

των φυσικών χυμών από τον μέσο καταναλωτή. Περαιτέρω, κατά την άποψη των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, μεταξύ των δύο βασικών κατηγοριών χυμών (μικρής και μακράς διάρκειας) υφίσταται επαρκής υποκαταστασιμότητα ώστε η αγορά να θεωρείται ενιαία. Επίσης, στην κρινόμενη περίπτωση δεν τίθεται θέμα περαιτέρω διάκρισης της αγοράς σε επαγγελματική και λιανεμπορική, δεδομένου ότι η εκτίμηση επί των αποτελεσμάτων της κρινόμενης πράξης στον ανταγωνισμό δεν θα άλλαζε από μία στενότερη οριοθέτηση της αγοράς, στην οποία, εξάλλου, εκ των συμμετεχουσών δραστηριοποιείται μόνον ο Όμιλος VIVARTIA.

Από γεωγραφικής άποψης η αγορά καταλαμβάνει όλη την ελληνική επικράτεια, όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα του Ομίλου VIVARTIA υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

Στην αγορά ηγείται η εταιρεία COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗΣ Α.Ε. με μερίδιο άνω του [...]% και έπονται ο Όμιλος VIVARTIA με μερίδιο το οποίο δεν υπερβαίνει το [...]%, η PEPSICO-HBH A.E. με μερίδιο κάτω του [...]%, η ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ με μερίδιο μεταξύ [...]% και [...]% κ.α. Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας συνεχώς αυξάνουν το μερίδιό τους, το οποίο το 2005 ανήλθε σε [...]% περίπου.

δ) Κατεψυγμένα λαχανικά και Μυρωδικά

Τα κατεψυγμένα λαχανικά αποτελούν διακριτή αγορά από αυτή των φρέσκων λαχανικών κυρίως λόγω της διαφοράς στην τιμή αλλά και του γεγονότος ότι στη συνείδηση του καταναλωτή οι δύο κατηγορίες προϊόντων διαφέρουν και όσον αφορά τα χαρακτηριστικά τους (θρεπτικά συστατικά, διαδικασία προετοιμασίας και μαγειρέματος). Περαιτέρω, διακρίνονται σε δύο επιμέρους βασικές αγορές: i) Τα μονολαχανικά ή απλά λαχανικά (όπως πατάτα, καλαμπόκι κ.α.), τα οποία καλύπτουν περί το 75% των κατεψυγμένων λαχανικών που καταναλώνονται στην Ελλάδα, και ii) Τα μείγματα λαχανικών, τα οποία διακρίνονται περαιτέρω σε «απλά ανάμεικτα» λαχανικά (όπως σαλάτες λαχανικών) και σε «συνταγές λαχανικών» (όπως αρακάς με αγκινάρες, σπανακόρυζο, κ.α.). Τα επιμέρους προϊόντα κάθε βασικής αγοράς ενδέχεται να συνιστούν και διακριτές αγορές, πλην όμως στην υπό κρίση υπόθεση παρέλκει ο ακριβής προσδιορισμός τους δεδομένου ότι και στην αγορά αυτή δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών μόνον ο Όμιλος VIVARTIA και συνεπώς δεν τίθεται θέμα ενίσχυσης του υψηλού μεριδίου που ήδη κατέχει στην αγορά. Επιπλέον, οι παραγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου προσφέρουν πλήρη γκάμα απλών και ανάμικτων λαχανικών και ορισμένες από αυτές προσφέρουν και σύνθετα προϊόντα υπό μορφή «συνταγής», έτοιμα για μαγείρεμα («κατεψυγμένα έτοιμα φαγητά»).

Περαιτέρω, οι πελάτες των εταιρειών του κλάδου διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες: (i) το λιανικό εμπόριο και (ii) την επαγγελματική αγορά. Στην πρώτη περίπτωση, ο τελικός καταναλωτής πρέπει να μαγειρέψει τα προϊόντα πριν τα καταναλώσει, ενώ στη δεύτερη τα λαμβάνει έτοιμα προς βρώση. Οι δε συσκευασίες και οι τιμές των προϊόντων που διακινούνται στην λιανική αγορά είναι διαφορετικές από αυτές της επαγγελματικής αγοράς.

Ως σχετική γεωγραφική αγορά και στην περίπτωση αυτή λαμβάνεται η ελληνική επικράτεια, όπου ο Όμιλος VIVARTIA δραστηριοποιείται υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

Η εξέταση της αγοράς των κατεψυγμένων μυρωδικών παρέλκει στην υπό κρίση περίπτωση καθώς η αγορά βρίσκεται υπό ανάπτυξη και τα μερίδια των εταιρειών που δραστηριοποιούνται σ' αυτή αφενός δεν έχουν εδραιωθεί και αφετέρου δεν κρίνονται ως σημαντικά καθώς τα εν λόγω προϊόντα μπορούν να υποκατασταθούν από φρέσκα προϊόντα που καταψύχουν οι νοικοκυρές χωρίς ιδιαίτερη επεξεργασία αυτών προ της ψύξης. Επιπρόσθετα, και στην αγορά αυτή δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών μόνον ο Όμιλος VIVARTIA και ως εκ τούτου δεν τίθεται θέμα μεταβολής του μεριδίου της.

Ο Όμιλος VIVARTIA κατέχει δεσπόζουσα θέση στην λιανική αγορά κατεψυγμένων λαχανικών με μερίδιο που υπερβαίνει το [...]%. Στην αγορά λιανικής πώλησης κατεψυγμένων λαχανικών με το σήμα «Μπάρμπα Στάθης» κατέχει μερίδιο άνω του [...]%, ενώ [...]% της αγοράς κατέχουν τα προϊόντα «Dobs» (ιδιωτικής ετικέτας), [...]% το σήμα «ΚΑΝΑΚΙ», [...]% το «Igloo» και [...]% οι λοιποί.

Σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας IRI, για τις υποκατηγορίες της κατεψυγμένης πατάτας, των κατεψυγμένων μονολαχανικών και των κατεψυγμένων ανάμικτων λαχανικών, τα μερίδια του Ομίλου VIVARTIA το 2005 ήταν [...]%,[...]% και [...]% αντίστοιχα.

ε) Κατεψυγμένες ζύμες και Έτοιμα κατεψυγμένα προϊόντα ζύμης με γέμιση.

Η διάκριση των προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης βάσης καθώς και των έτοιμων κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης με γέμιση βασίζεται στη διαφορετική σκοπούμενη χρήση του προϊόντος από τον καταναλωτή καθώς και στη διαφορετική τιμή του. Η περαιτέρω διάκριση μεταξύ λιανικής και χονδρικής αγοράς των συγκεκριμένων προϊόντων πηγάζει από τα διαφορετικά χαρακτηριστικά (μέγεθος, συσκευασία, κ.λπ.) των προϊόντων που διακινούνται στις δύο αγορές. Συνεπώς, προσδιορίζονται οι ακόλουθες επιμέρους σχετικές αγορές, οι οποίες από γεωγραφική άποψη καλύπτουν το σύνολο της ελληνικής επικράτειας όπου ο Όμιλος VIVARTIA δραστηριοποιείται υπό ομοιόμορφες συνθήκες ανταγωνισμού:

(i) Αγορά προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης βάσης (φύλλο κρούστας, σφολιάτας κ.α..), για οικιακή χρήση

Στην αγορά αυτή, στην οποία δραστηριοποιείται σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων, ηγείται η HELLENIC QUALITY FOODS [του ομίλου ΦΑΓΕ (ELBISCO-ΕΒΓΑ)] με μερίδιο περί το [...]%. Η εταιρεία ΑΛΕΣΙΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΑΡΤΟΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ ΑΒΕΕ (εφεξής ΑΛΕΣΙΣ - στην οποία ο Όμιλος VIVARTIA ασκούσε μέχρι τον Ιούνιο 2007 αποκλειστικό έλεγχο και κατόπιν κοινό έλεγχο με τον Μ. Αραμπατζή) κατέχει τη [...] θέση με μερίδιο περί το [...]%-[...]%.

Σημειώνεται ότι το μερίδιο της ΜΙΧΑΗΛ ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ Α.Β.ΚΑΙΕ.Ε. ΤΡΟΦΙΜΩΝ «ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ» (εφεξής ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ – στην οποία ο Όμιλος VIVARTIA επίσης ασκεί από τον Ιούλιο 2007 κοινό έλεγχο με τον Μ. Αραμπατζή) στην αγορά αυτή είναι αμελητέο, ενώ ουσιαστικά δεν υφίσταται παρουσία της έμμεσα «συνδεδεμένης» με την VIVARTIA εταιρείας ΙΩΝΙΚΗ ΣΦΟΛΙΑΤΑ Α.Ε. (η οποία δραστηριοποιείται κατά κύριο λόγο στο χώρο του catering).

Σημειωτέον ότι στην εν λόγω αγορά τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται μείωση των μεριδίων των «επώνυμων» προϊόντων και αντίστοιχα αύξηση των προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας».

(ii) Αγορά προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης βάσης για επαγγελματική χρήση (επιχειρήσεις εστιάσεως κ.αλ).

Στην εν λόγω αγορά το συνδυασμένο μερίδιο των εταιρειών ΑΛΕΣΙΣ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ και ΙΩΝΙΚΗ ΣΦΟΛΙΑΤΑ εκτιμάται ότι ανέρχεται σε […]% περίπου.

(iii) Αγορά ετοίμων κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης (τυρόπιτες, σπανακόπιτες, πίτσες κ.α.) για οικιακή χρήση

Στην αγορά ηγείται η ΑΛΕΣΙΣ με μερίδιο το οποίο εκτιμάται σε […]% περίπου και συνδυαστικά με αυτό της ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ ([…]%) στο […]%. Έπεται η εταιρεία «ALFA» Α. ΚΟΥΚΟΥΤΑΡΗΣ Α.Ε.Β.Ε. με μερίδιο περί το […]% και ακολουθεί η ΥΦΑΝΤΗΣ με […]% περίπου. Σημαντική είναι η άνοδος των μεριδίων αγοράς των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας τα τελευταία χρόνια.

(iv) Αγορά ετοίμων κατεψυγμένων προϊόντων ζύμης για επαγγελματική χρήση (επιχειρήσεις εστιάσεως κ.αλ)

Στην αγορά ηγείται η ΜΠΡΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΑΒΕΕΤ ([…]%-[…]%), ενώ το συνδυασμένο μερίδιο των ΑΛΕΣΙΣ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ και ΙΩΝΙΚΗ ΣΦΟΛΙΑΤΑ εκτιμάται ότι δεν ξεπερνά το […]%.

στ) Ταχεία/Μαζική εστίαση

Οι επιχειρήσεις ταχείας εστίασης διακρίνονται σε κατηγορίες, ανάλογα του τύπου των καταστημάτων που λειτουργούν και των βασικών κατηγοριών προϊόντων που προσφέρουν, όπως: (i) Επιχειρήσεις ταχείας εστίασης, με κύριο μενού προϊόντα με βάση τα burger (fast-food), (ii) Επιχειρήσεις πώλησης πίτσας, (iii) Επιχειρήσεις παροχής γευμάτων με παραδοσιακές γεύσεις όπως γύρο κ.α., (iv) Επιχειρήσεις παροχής γευμάτων «snack» και (v) Επιχειρήσεις πώλησης προϊόντων με βάση το κοτόπουλο. Λόγω της μεγάλης ποικιλίας των παρεχομένων από τις ανωτέρω επιχειρήσεις προϊόντων και υπηρεσιών, πολλά των οποίων συμπίπτουν, η υποκατάσταση μεταξύ διαφόρων κατηγοριών επιχειρήσεων είναι σημαντική.

Ως σχετική γεωγραφική αγορά στην περίπτωση της ταχείας εστίασης μπορεί να θεωρηθεί κατά περίπτωση: (i) κάθε επιμέρους δήμος στον οποίο δραστηριοποιείται η κρινόμενη επιχείρηση, με κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τον τελικό καταναλωτή και (ii) η ελληνική επικράτεια, με κριτήριο το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές. Στην υπό κρίση περίπτωση, ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου δραστηριοποιείται το δίκτυο καταστημάτων GOODY΄S του Ομίλου VIVARTIA (τα περισσότερα των οποίων λειτουργούν υπό καθεστώς δικαιόχρησης), υπό επαρκώς ομοιόμορφες συνθήκες ανταγωνισμού.

Ο ακριβής υπολογισμός του συνολικού μεγέθους της αγοράς ταχείας εστίασης δεν είναι εφικτός λόγω της περιορισμένης δυνατότητας άντλησης σχετικών στοιχείων από επίσημες πηγές. Παρά ταύτα, βάσει των διαθέσιμων στην υπηρεσία στοιχείων, το μερίδιο της GOODY΄S στην αγορά εκτιμάται ότι δεν υπερβαίνει το […]% περίπου σε όρους επισκεψιμότητας και κατανάλωσης. Αν και η GOODY`S έχει το μεγαλύτερο μερίδιο συγκριτικά με τις άλλες επώνυμες αλυσίδες ταχείας εστίασης, μεγάλο μέρος της αγοράς καλύπτεται από μικρές ανεξάρτητες επιχειρήσεις.

ζ) Καφέ-ζαχαροπλαστεία

Η αγορά των καφέ-ζαχαροπλαστείων, στην οποία δραστηριοποιείται εκ των μερών μόνο η εταιρεία GOODY΄S του Ομίλου VIVARTIA, μέσω του δικτύου καταστημάτων «FLOCAFE», διακρίνεται από την αγορά των επιχειρήσεων μαζικής εστίασης, καθώς καλύπτει διαφορετικές ανάγκες του καταναλωτή. Στην υπό κρίση περίπτωση, η αλυσίδα καταστημάτων FLOCAFE, παρότι φέρει τον χαρακτηρισμό «καφεζαχαροπλαστείο», πέραν του καφέ, των διαφόρων ροφημάτων και ποτών και των προϊόντων ζαχαροπλαστείου, προσφέρει και snacks και sandwiches, εισδύοντας με τον τρόπο αυτό και στον ευρύτερο χώρο των επιχειρήσεων ταχείας εστίασης. Ως σχετική γεωγραφική αγορά στην περίπτωση των καφεζαχαροπλαστείων μπορεί να ληφθεί κάθε επιμέρους δήμος στον οποίο δραστηριοποιείται η κρινόμενη επιχείρηση. Για την ιδιαίτερη κατηγορία των αλυσίδων καφεζαχαροπλαστείων που διαθέτουν ευρύτερη ποικιλία προϊόντων (όπως η FLOCAFE) εξετάζεται και το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, με κριτήριο και το αποτέλεσμα στον ανταγωνισμό για τους προμηθευτές των αλυσίδων καθόσον η ενίσχυση του δικτύου μιας αλυσίδας αυξάνει τον όγκο των συνολικών αγορών της και κατά συνέπεια τη διαπραγματευτική της δύναμη.

Λόγω του ότι ο ακριβής υπολογισμός του συνολικού μεγέθους της αγοράς καφεστιατορίων δεν είναι εφικτός εξαιτίας της περιορισμένης δυνατότητας άντλησης σχετικών στοιχείων από επίσημες πηγές αλλά και της πληθώρας των καταστημάτων άλλων (επώνυμων και μη) επιχειρήσεων πλην του κλασσικού τύπου καφε-ζαχαροπλαστείων (όπως πολυκαταστήματα, αλυσίδες βιβλιοπωλείων κ.α.) δεν είναι δυνατή και η ασφαλής μέτρηση των μεριδίων των δραστηριοποιούμενων στην αγορά επιχειρήσεων. Εκτιμάται όμως ότι ο Όμιλος VIVARTIA δεν κατέχει ηγετική θέση στην αγορά, ο πραγματικός ανταγωνισμός είναι έντονος προερχόμενος από επώνυμες αλυσίδες και άλλες επιχειρήσεις και ο δυνητικός ανταγωνισμός υπαρκτός. Σύμφωνα με στοιχεία του Ομίλου VIVARTIA το δίκτυο καταστημάτων FLOCAFE που λειτουργεί η GOODY`S κατείχε το 2005 μερίδιο αγοράς […]% σε όρους επισκεψιμότητας και […]% σε αξία κατανάλωσης. Και σε αυτή την αγορά η GOODY`S κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο συγκριτικά με τις επώνυμες αλυσίδες, αλλά το […]% της αγοράς καταλαμβάνεται από μικρές ανεξάρτητες επιχειρήσεις.

η) Βιομηχανικό Catering

Στην αγορά του βιομηχανικού catering και ειδικότερα στην υπο-αγορά της τροφοδοσίας μονάδων μαζικής εστίασης δραστηριοποιείται εκ των μερών μόνον ο Όμιλος VIVARTIA μέσω της θυγατρικής του, HELLENIC CATERING. Δεδομένης δε της μεγάλης γεωγραφικής διασποράς των ανταγωνιστών αλλά και των πελατών, ως σχετική γεωγραφική αγορά λαμβάνεται η ελληνική επικράτεια.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στην Υπηρεσία στοιχεία, ο Όμιλος VIVARTIA δεν ηγείται στην αγορά (Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η HELLENIC CATERING το 2003 κατείχε το […]% της αγοράς βιομηχανικού catering).

θ) Ζωοτροφές

Οι ζωοτροφές διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: (1) Στις απλές ζωοτροφές, στις οποίες περιλαμβάνονται: i) τα αγροτικά προϊόντα όπως σιτάρι, κριθάρι, κ.λπ. και ii) οι πλακούντες, κοινώς πίττες και άλευρα, όπως βαμβακόπιτα, βαμβακάλευρο, που αποτελούν υποπροϊόντα της κατεργασίας ελαιούχων σπόρων καθώς και η μηδική (τριφύλλι), που μπορούν να χρησιμοποιηθούν αυτούσια για την εκτροφή των ζώων, (2) Στις σύνθετες ζωοτροφές/φυράματα, που αποτελούν εξειδικευμένα ως επί το πλείστον προϊόντα, προερχόμενα από την ανάλυση, μίξη (με προμίγματα βιταμινών και ιχνοστοιχείων, κ.λπ.), απλών ζωοτροφών. Η αγορά διακρίνεται επίσης σε υπο-αγορές ανάλογα με τα ζώα για τα οποία προορίζεται κάθε προϊόν (βοοτροφές, αιγοπροβατοτροφές, ιχθυοτροφές, κ.λπ.), οι οποίες μπορούν να διαχωριστούν περαιτέρω ανάλογα με την παραγωγική κατεύθυνση του ζώου (εκτροφή για κρέας, γάλα, κ.λπ.). Ορισμένες ζωοτροφές, εφόσον προορίζονται για το ίδιο εκτρεφόμενο είδος και με διαφορετική πρόσμιξη και αναλογία, θα μπορούσαν να υποκατασταθούν ολικά ή μερικά μεταξύ τους.

Στον κλάδο και ειδικότερα στις αγορές ζωοτροφών για (α) αιγοπρόβατα και (β) βοοειδή δραστηριοποιείται από τα μέρη μόνον ο Όμιλος VIVARTIA μέσω της θυγατρικής του, ΕΥΡΩΤΡΟΦΕΣ.

Ως σχετική γεωγραφική αγορά για τα εν λόγω προϊόντα λαμβάνεται η ελληνική επικράτεια, όπου οι εταιρείες δραστηριοποιούνται υπό ομοιόμορφες συνθήκες ανταγωνισμού.

Το μερίδιο της ΕΥΡΩΤΡΟΦΕΣ στη συνολική αγορά ζωοτροφών το 2005 εκτιμάται ότι ανήλθε σε [...]% περίπου, ενώ σε καμία από τις επιμέρους αγορές ζωοτροφών στις οποίες δραστηριοποιείται δεν φαίνεται να κατέχει μερίδια άνω του [...]%.

ι) Προϊόντα μαλακής ζύμης για ατομική χρήση

Στην εν λόγω αγορά περιλαμβάνονται τυποποιημένα προϊόντα ζύμης όπως κρουασάν, ατομικά τσουρέκια και strudel. Τα ανωτέρω προϊόντα τα οποία διατίθενται σε ατομική συσκευασία, προορίζονται για την ίδια χρήση και απευθύνονται στο ίδιο καταναλωτικό κοινό, θεωρούνται ενιαία αγορά. Ως διακριτή αγορά θεωρούνται τα τσουρέκια και άλλα προϊόντα ζύμης σε οικογενειακή συσκευασία. Στη σχετική αγορά δεν περιλαμβάνονται άλλα αρτοσκευάσματα που προσφέρονται ως σνακ (δηλ. φρυγανιές, μπισκότα-κράκερς, γκοφρέτες, κριτσίνια), τα οποία από πλευράς καταναλωτή δεν θεωρούνται ως ικανοποιητικά υποκατάστατα του κρουασάν και των λοιπών ειδών της υπό κρίση αγοράς λόγω των διαφορετικών χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων τους. Σχετική γεωγραφική αγορά για τα ανωτέρω προϊόντα αποτελεί το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου δραστηριοποιείται ο Όμιλος VIVARTIA υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

Ο Όμιλος VIVARTIA κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά των προϊόντων μαλακής ζύμης με μερίδιο που προσδιορίζεται μεταξύ [...]%-[...]%. Έπεται η εταιρεία BINGO με μερίδιο κάτω του [...]%, ενώ οι άλλες ανταγωνίστριες εταιρείες δεν συγκεντρώνουν μερίδια μεγαλύτερα του [...]%.

Τα τελευταία χρόνια οι εταιρείες ιδιωτικής ετικέτας εισήλθαν δυναμικά στην παραγωγή και διάθεση προϊόντων μαλακής ζύμης. Η VIVARTIA (ως CHIPITA) είχε συνάψει συμφωνίες για την παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας με τις εταιρείες CARREFOUR, CHAMPION ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ, AEGEAN, ΚΑΤΣΕΛΗΣ, ΕΛΟΜΑΣ και LIDL.

ια) Τυποποιημένα κέικς

Η αγορά των τυποποιημένων κέικς ατομικής συσκευασίας θεωρείται διακριτή αυτής των οικογενειακών κέικς, τα οποία απευθύνονται σε ευρύτερο κοινό (ενήλικες και παιδιά) και δεν καταναλώνονται ως σνακ αλλά ως επιδόρπιο ή συνοδευτικό ροφημάτων. Παρά ταύτα, στην υπό κρίση περίπτωση η στενότερη οριοθέτηση της αγοράς δεν διαφοροποιεί την κρίση επί των αποτελεσμάτων της εξεταζόμενης πράξης στον ανταγωνισμό δεδομένου ότι i) ο Όμιλος VIVARTIA δεν ηγείται στη συγκεκριμένη αγορά, ii) υπάρχει πληθώρα επώνυμων ανταγωνιστικών ελληνικών και ξένων σημάτων καθώς και πολλά ανώνυμα (non-label) προϊόντα, iii) η αγορά είναι αναπτυσσόμενη στην Ελλάδα, και iv) οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο συμφωνούν με την οριοθέτηση της αγοράς των τυποποιημένων κέικ ως ενιαίας.

Σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται η ελληνική επικράτεια, όπου δραστηριοποιείται ο Όμιλος VIVARTIA υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στην Υπηρεσία στοιχεία στην αγορά ηγείται η εταιρεία ΕΛΓΕΚΑ Α.Ε. με μερίδιο το οποίο από [...]% το 2003 μειώθηκε στο [...]% το 2005. Έπεται ο Όμιλος VIVARTIA με μερίδιο το οποίο από [...]% το 2003 αυξήθηκε σημαντικά σε [...]% το 2005. Στην [...] θέση βρίσκεται η ELBISCO με μερίδιο [...]% περίπου το 2005. Τα τελευταία χρόνια ενισχύθηκε και η θέση των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας στην αγορά.

Η VIVARTIA εκτιμά ότι το 2006 το μερίδιό της στην αγορά αυτή ανήλθε σε [...]%.

ιβ) Αλμυρά σνακς

Η αγορά των αλμυρών «σνακς», η οποία περιλαμβάνει τα πατατάκια (chips), τα προϊόντα με βάση το καλαμπόκι (extruded snacks: γαριδάκια κ.α.) καθώς και τα Bake Rolls (αλμυρά snacks με βάση το αλεύρι), διακρίνεται από την αγορά των φρυγανιών και παξιμαδιών σουηδικού τύπου γιατί απευθύνονται σε διαφορετικό κοινό, ενώ εξυπηρετούν και διαφορετικές ανάγκες των καταναλωτών. Επίσης, η αγορά των σνακ με βάση το αλεύρι, όπως τα bake rolls θεωρείται διακριτή από αυτή των άλλων σνακς (πατατάκια, γαριδάκια, κ.α.), δεδομένου ότι από πλευράς χαρακτηριστικών συγκλίνουν περισσότερο προς αρτοσκευάσματα τύπου κριτσίνι, φρυγανιάς και παξιμαδάκι σουηδικού τύπου. Οι ανωτέρω αγορές μπορούν να διακριθούν περαιτέρω με γνώμονα τα δίκτυα διανομής λόγω των διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού σε καθένα από αυτά. Ειδικότερα, τα αλμυρά σνακ φτάνουν στον τελικό καταναλωτή μέσω τριών (3) καναλιών διανομής, ήτοι μέσω των υπεραγορών ('Super Markets'), των μικρών σημείων λιανικής πώλησης, όπως περίπτερα, καταστήματα ψιλικών, mini-markets, καντίνες κ.λπ. ('Small Drop Outlets' – 'SDO') και μέσω των καταστημάτων επιτόπιας κατανάλωσης, όπως καφετερίες, bars, μπυραρίες, κ.λπ., όπου τα σνακ προσφέρονται στους πελάτες ως συνοδευτικά των βασικών προϊόντων που

διατίθενται εκεί (‘Catering’). Οι διαφορές συνίστανται μεταξύ άλλων στη φύση της κατανάλωσης ως παρορμητικής ή ως αποτέλεσμα σύγκρισης τιμών και ποιότητας, στις διαφορές στο μέγεθος της συσκευασίας ή ακόμη και στην τιμή και στη διαφορετική διαπραγματευτική δύναμη των καταστημάτων σε κάθε κανάλι.

Εκ των μερών μόνο ο Όμιλος VIVARTIA δραστηριοποιείται στην ευρύτερη αγορά των αλμυρών σνακ, παράγοντας πατατάκια, σνακς με βάση το καλαμπόκι (γαριδάκια) και σνακ με βάση το αλεύρι (bake rolls), ενώ πρόσφατα άρχισε να παράγει και παξιμάδια κρητικού τύπου.

Σχετική γεωγραφική αγορά για τα ανωτέρω προϊόντα θεωρείται η ελληνική επικράτεια, όπου ο Όμιλος δραστηριοποιείται υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

Στη συνολική αγορά των σνακς, καθώς και στις επιμέρους αγορές των τσιπς και των σνακς από καλαμπόκι δεσπόζουσα θέση κατέχει αδιαμφισβήτητα η εταιρεία TASTY FOODS ΑΒΓΕ με μερίδιο άνω του [...]% τα τελευταία 6 χρόνια. Η VIVARTIA εκτιμά ότι το μερίδιό της στην αγορά των αλμυρών σνάκ (στην οποία περιλαμβάνονται τα potato chips, corn chips, bread chips & extructed) το 2006 ανήλθε σε [...]%.

Σύμφωνα με στοιχεία της AC Nielsen για το 2005, στην αγορά των παξιμαδιών οι δύο εταιρείες που δραστηριοποιούνται με σημαντικά σε σχέση με τις λοιπές επιχειρήσεις μερίδια είναι η Ε.Ι. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. με [...]% και η ELBISCO με [...]%, ενώ οι λιγότερο επώνυμες εταιρείες καταλαμβάνουν το [...]% της αγοράς και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας το [...]% αυτής. Τα τελευταία χρόνια τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας σταδιακά ενίσχυσαν τη θέση τους στην αγορά. Κατά την VIVARTIA το μερίδιό της στην αγορά αυτή το 2006 ανήλθε σε [...]%.

ιγ) Μαρμελάδες

Στη σχετική αγορά των μαρμελάδων, όπου δραστηριοποιείται εκ των συμμετεχουσών μόνον ο Όμιλος VIVARTIA (μέσω της ΒΙΟΜΑΡ Α.Ε.), περιλαμβάνονται κατ’ αρχήν οι τυποποιημένες μαρμελάδες, υποκατάστατα των οποίων είναι οι χειροποίητες/σπιτικές. Σχετική γεωγραφική αγορά και για τις μαρελάδες αποτελεί το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου ο Όμιλος δραστηριοποιείται υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

Στην αγορά των τυποποιημένων μαρμελάδων ο Όμιλος VIVARTIA το 2005 κατείχε μερίδιο της τάξης του [...]% από [...]% το 2003. Μερίδιο [...]% κατέχει και η ΕΛΓΕΚΑ Α.Ε. από [...]% το 2003, ενώ μερίδιο της τάξης του [...]% κατέχουν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

ιδ) Προϊόντα Σοκολατοποιίας

Τα προϊόντα σοκολατοποιίας διακρίνονται σε σχετικές αγορές ανάλογα με τα ειδικά χαρακτηριστικά τους, το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνονται και τη σκοπούμενη χρήση τους. Οι σοκολάτες σε πλάκα, οι σοκοφρέτες και τα άλλα σοκολατοειδή σε ατομική συσκευασία απευθύνονται στο ίδιο καταναλωτικό κοινό και αποτελούν διακριτή αγορά από αυτή των σοκολατένιων «αυγών-έκπληξη» και διαφόρων σοκολατοειδών προϊόντων που διακρίνονται από τη συσκευασία τους και απευθύνονται σε παιδιά. Διακριτές αγορές αποτελούν και η σοκοπάστα (πραλίνα φουντουκιού), η οποία καταναλώνεται σε συνδυασμό με αρτοσκευάσματα και όχι ως ατομικό σνακ καθώς και τα σοκολατάκια, τα οποία συνήθως καταναλώνονται από περισσότερα άτομα ως κέρασμα και όχι ως ατομικό σνακ.

Εκ των συμμετεχουσών μόνον ο Όμιλος VIVARTIA μέσω της θυγατρικής του CREAM LINE A.E. δραστηριοποιείται από το 2006 στην παραγωγή ειδών σοκολατοποιΐας και δη προϊόντων γκοφρέτας viennoise με γέμιση κρέμας (γνωστά ως «πουράκια»), σοκολάτας σε πλάκες (απλές ή γεμιστές με κρέμα ή ξηρούς καρπούς), σοκολατακίων, άλλων σοκολατοειδών προϊόντων (bars, σοκολατένια αυγά και μπουκιές σοκολάτας), γροφρετών και πραλίνας φουντουκιού (σε βάζο και σε συσκευασία με κριτσίνια).

Ως εκ τούτου, στην υπό κρίση περίπτωση, διακριτές σχετικές αγορές αποτελούν: α) η αγορά της σοκολάτας σε πλάκα και άλλων σοκολατοειδών προϊόντων σε ατομική συσκευασία, β) η αγορά της σοκοπάστας, και γ) η αγορά των σοκολατακίων. Ως σχετική γεωγραφική αγορά για όλα τα ανωτέρω προϊόντα λαμβάνεται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου δραστηριοποιείται ο Όμιλος VIVARTIA, υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού.

Από τα διαθέσιμα στην Υπηρεσία στοιχεία προκύπτει ότι ο Όμιλος κατέχει μερίδιο κάτω του [...]% σε όλες τις επιμέρους σχετικές αγορές των προϊόντων σοκολατοποιίας, όπως και αν οριστούν αυτές πλην αυτής των σοκολατοειδών τύπου «πουράκια», στην οποία, το 2005, απέκτησε μερίδιο περί το [...]%. Ηγέτιδες εταιρείες στα τυποποιημένα σοκολατάκια είναι οι ΑΦΟΙ ΚΩΤΣΙΟΠΟΥΛΟΙ ΑΕ («ΙΟΝ»), ΕΛΓΕΚΑ («Ferrero») και KRAFT («Παυλίδη»). Η ΕΛΓΕΚΑ κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά των σοκολατοειδών που απευθύνονται αποκλειστικά σε παιδιά («KINDER»), ενώ στην αγορά της σοκοπάστας (πραλίνας φουντουκιού) ηγείται η KRAFT («Μερέντα») και έπεται η ΕΛΓΕΚΑ («Nutella»).

Η VIVARTIA εκτιμά ότι το 2006 το μερίδιό της στην ευρύτερη αγορά προϊόντων σοκολατοποιΐας ανήλθε σε [...]%.

3. Οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις δεν δραστηριοποιούνται στις ίδιες σχετικές αγορές και ως εκ τούτου δεν επηρεάζεται ο υφιστάμενος ανταγωνισμός στις αγορές αυτές, ούτε δραστηριοποιούνται σε αγορές προηγούμενου ή επόμενου σταδίου παραγωγής, και συνεπώς δεν υφίστανται στην υπό κρίση υπόθεση επηρεαζόμενες αγορές.

VI. 1. Κατά το άρθρο 4 παράγρ. 2 Ν. 703/77, ως ισχύει, συγκέντρωση επιχειρήσεων πραγματοποιείται: «α) όταν συγχωνεύονται με κάθε τρόπο δύο ή περισσότερες προηγουμένως ανεξάρτητες επιχειρήσεις. β) [όταν] ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία επιχείρηση, ή μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, αποκτούν άμεσα ή έμμεσα τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μιας ή περισσοτέρων άλλων επιχειρήσεων.».

Κατά τις παραγρ. 3 και 4 του ιδίου άρθρου ο έλεγχος (α) απορρέει από «δικαιώματα, συμβάσεις ή άλλα μέσα, τα οποία είτε μεμονωμένα είτε από κοινού με άλλα και λαμβανομένων υπόψη των σχετικών πραγματικών ή νομικών συνθηκών, παρέχουν τη δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη δραστηριότητα μιας επιχείρησης, και ιδίως από δικαιώματα κυριότητας ή επικαρπίας επί του συνόλου ή μέρους των περιουσιακών στοιχείων της

επιχείρησης ή δικαιώματα ή συμβάσεις που παρέχουν δυνατότητα καθοριστικής επίδρασης στη σύνθεση, στις συσκέψεις ή στις αποφάσεις των οργάνων μιας επιχείρησης» και (β) αποκτάται «από τα πρόσωπα ή επιχειρήσεις, που είναι υποκείμενα αυτών των δικαιωμάτων ή δικαιούχοι από τις συμβάσεις αυτές ή, χωρίς να είναι υποκείμενα ή δικαιούχοι, δικαιούνται να ασκούν τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτές».

Σύμφωνα με το άρθρο 4β παράγρ. 1 Ν. 703/77, ως ισχύει, κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε 10 εργάσιμες ημέρες από τη σύναψη της συμφωνίας ή τη δημοσίευση της προσφοράς ή ανταλλαγής ή την απόκτηση συμμετοχής, που εξασφαλίζει τον έλεγχο της επιχείρησης όταν ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 4στ ανέρχεται, στην παγκόσμια αγορά τουλάχιστον σε 150.000.000 ευρώ και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, η καθεμία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 15.000.000 ευρώ στην ελληνική αγορά.

Κατά την παράγρ. 2 του ιδίου άρθρου, η 10ήμερη προθεσμία υποβολής της γνωστοποίησης αρχίζει από την επέλευση της πρώτης από τις ανωτέρω αναφερόμενες πράξεις, ενώ κατά την παράγραφο 3 αυτού, υπόχρεοι σε γνωστοποίηση είναι: (α) σε περίπτωση που η συγκέντρωση αποτελεί αντικείμενο συμφωνίας των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση, η καθεμία από αυτές, και (β) σε όλες τις άλλες περιπτώσεις, τα πρόσωπα, οι επιχειρήσεις ή ομάδες προσώπων ή επιχειρήσεων, που αποκτούν έλεγχο στο σύνολο ή σε τμήματα μιας ή περισσοτέρων επιχειρήσεων.

Στο άρθρο 4δ του Ν. 703/1977 ορίζεται: «1. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού εξετάζει τη γνωστοποιούμενη συγκέντρωση μόλις υποβληθεί η σχετική γνωστοποίηση. ...

3. Αν διαπιστωθεί ότι η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση, παρότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της παρ. 1 του άρθρου 4β, δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς τη δυνατότητά της να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στις επί μέρους αγορές στις οποίες αφορά, η Επιτροπή Ανταγωνισμού, με απόφασή της που εκδίδεται μέσα σε ένα (1) μήνα από τη γνωστοποίηση, επιτρέπει τη συγκέντρωση. ...

10. Οι προθεσμίες που προβλέπονται στις προηγούμενες παραγράφους 3 ...μπορούν να παραταθούν στις ακόλουθες περιπτώσεις: α) αν συμφωνήσουν οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στη συγκέντρωση, β) αν το έντυπο της γνωστοποίησης δεν έχει συμπληρωθεί πλήρως, με αποτέλεσμα να μην μπορεί η Επιτροπή Ανταγωνισμού να προβεί στην αξιολόγηση της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης και εφόσον οι γνωστοποιούντες ειδοποιηθούν για αυτό μέσα σε αποκλειστική προθεσμία επτά ημερών από τη γνωστοποίηση της συγκέντρωσης, γ) αν η γνωστοποίηση είναι λανθασμένη ή παραπλανητική, με αποτέλεσμα να μην μπορεί η Επιτροπή Ανταγωνισμού να προβεί στην αξιολόγηση της γνωστοποιούμενης συγκέντρωσης. Στις περιπτώσεις β΄και γ΄, ως χρονικό σημείο έναρξης των προθεσμιών θεωρείται η ημερομηνία της προσήκουσας γνωστοποίησης ή της συγκέντρωσης των πλήρων και ακριβών στοιχείων από την αρμόδια για τον ανταγωνισμό υπηρεσία.»

Η από 30.7/1.8.2007 ως άνω γνωστοποίηση αφορά στην απόκτηση κατά την 16 και 17.7.2007 - από την εταιρεία MARFIN INVESTMENT GROUP Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ μέσω του Χρηματιστηρίου κοινών ονομαστικών μετοχών της εταιρείας VIVARTIA Α.Β.Ε.Ε. ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ οι οποίες αντιστοιχούν συνολικά σε ποσοστό 50,86% του μετοχικού κεφαλαίου και των δικαιωμάτων ψήφου της τελευταίας,η οποία απόκτηση συνιστά συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 4 παρ. 2 στοιχ. β) Ν. 703/77.

Σημειωτέον ότι κατά δήλωση της γνωστοποιούσας, δεν υφίσταται μεταξύ των «παλαιών» και «νέων» μετόχων της VIVARTIA ουδεμία συμφωνία (έγγραφη ή μη) η οποία να αφορά στην άσκηση του ελέγχου επί της εταιρείας, υπό την έννοια του άρθρου 4 παρ. 3 Ν. 703/ως ισχύει.

Η παραπάνω γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση πληροί τα κριτήρια υπαγωγής σε προληπτικό έλεγχο του άρθρου 4β παρ. 1 του νόμου δεδομένου ότι, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία και τις δηλώσεις της γνωστοποιούσας, ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση επιχειρήσεων, ήτοι των Ομίλων MIG και VIVARTIA το 2006 ξεπέρασε, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 4στ Ν. 703/77, τα [...] ευρώ, ενώ στην εθνική αγορά ο κύκλος εργασιών του Ομίλου MIG ανήλθε σε [...] ευρώ και του Ομίλου VIVARTIA σε [...] ευρώ και ορθώς γνωστοποιήθηκε σύμφωνα με το άρθρο 4β του Ν. 703/77.

Η γνωστοποίηση υπεβλήθη νομότυπα από την υπόχρεη σε γνωστοποίηση (εξαγοράζουσα) εταιρεία MIG εμπρόθεσμα την 30.7.2007, ήτοι εντός 9 εργασίμων ημερών από την απόκτηση της πλειοψηφίας (50,86%) του μετοχικού κεφαλαίου και των δικαιωμάτων ψήφου της VIVARTIA, που έλαβε χώρα μέσω χρηματιστηρίου στις 16.7.2007 (το 34%) και 17.7.2007 (το υπόλοιπο 16,86%)]

Διαπιστώθηκαν όμως ελλείψεις, σφάλματα και ασάφειες στη συμπλήρωση του εντύπου γνωστοποίησης και στα προσκομισθέντα στοιχεία, γι' αυτό στις 6.8.2007 (αριθ. ημ. πρωτ. 4558), ζητήθηκαν πρόσθετα και διευκρινιστικά στοιχεία από την γνωστοποιούσα επιχείρηση, βάσει των άρθρων 4δ παρ. 10 και 25 Ν. 703/77, τα οποία και προσκομίστηκαν με τις από 10.8.2007 και 23.8.2007 (αριθ. ημ. πρωτ. 4725 και 4851) επιστολές τους.

2. Κατά το άρθρο 4ε παρ. 1 του Ν. 703/77, όπως ισχύει, απαγορεύεται η πραγματοποίηση μέχρι την έκδοση μιας από τις αποφάσεις που προβλέπονται στις παραγράφους 2, 3 και 6 του άρθρου 4δ του νόμου, ενώ κατά το άρθρο 4γ παρ. 1 του ιδίου νόμου, με απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού απαγορεύεται κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων, που υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση και η οποία μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εθνική αγορά ή σε ένα σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών τμήμα της και ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

Από την αξιολόγηση και συνεκτίμηση όλων των ανωτέρω στοιχείων του φακέλου των σχετικών με τη διάρθρωση και λειτουργία της σχετικής αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών, τα μερίδια σε αυτήν των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση εταιρειών και την οικονομική τους δύναμη, τη μη ύπαρξη νομικών ή πραγ-

ματικών εμποδίων εισόδου στην αγορά, το γεγονός ότι οι συμμετέχουσες στη συγκέντρωση επιχειρήσεις δεν δραστηριοποιούνται στις ίδιες σχετικές αγορές και ως εκ τούτου δεν επηρεάζεται ο υφιστάμενος ανταγωνισμός στις αγορές αυτές, ούτε ενισχύεται από τη συγκέντρωση η υφιστάμενη δεσπόζουσα θέση των εταιρειών του Ομίλου "VIVARTIA", το συμφέρον των καταναλωτών και τη λειτουργία γενικώς του ανταγωνισμού, όπως λεπτομερώς αυτά εκτίθενται και αναλύονται και στην υπ' αριθμ. πρωτ. 4851/30.08.2007 εισήγηση της Γ.Δ.Α., η Επιτροπή Ανταγωνισμού - Τμήμα Α΄ άγεται στην κρίση ότι η συγκέντρωση που αφορά στην απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας "VIVARTIA Α.Β. ΚΑΙ Ε.Ε ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ" από την εταιρεία "MARFIN INVETSMENT GROUP Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ" με την εξαγορά του 50,86% του συνολικού μετοχικού κεφαλαίου και δικαιωμάτων ψήφου αυτής δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς τη δυνατότητά της να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στις επιμέρους σχετικές αγορές στις οποίες αφορά.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

«Η Επιτροπή Ανταγωνισμού - Τμήμα Α΄, επιτρέπει την κατ' άρθρο 4β του Ν. 703/1977 γνωστοποιηθείσα την 30.7.2007 (αριθ. ημ. πρωτ. 4511) συγκέντρωση που πραγματοποιήθηκε με την απόκτηση από τη εταιρεία "MARFIN INVESTMENT GROUP Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ" αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρείας "VIVARTIA Α.Β. ΚΑΙ Ε.Ε ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ", καθόσον η συγκέντρωση αυτή δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς τη δυνατότητά της να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στις επιμέρους σχετικές αγορές στις οποίες αφορά.

Η απόφαση εκδόθηκε την 27η Σεπτεμβρίου 2007.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως σύμφωνα με το άρθρο 25 παρ. 6 του ισχύοντος Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ Β΄ 1890/29.12.2006).

Ο Προεδρεύων του Α΄ Τμήματος
ΑΡΙΣΤΟΜΕΝΗΣ ΚΟΜΙΣΟΠΟΥΛΟΣ

ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΦΥΛΛΩΝ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

Σε έντυπη μορφή:

- Για τα Φ.Ε.Κ. από 1 έως 16 σελίδες σε 1 € προσαυξανόμενη κατά 0,20 € για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο ή μέρος αυτού.
- Για τα φωτοαντίγραφα Φ.Ε.Κ. σε 0,15 € ανά σελίδα.

Σε μορφή DVD/CD:

Τεύχος	Ετήσια έκδοση	Τριμηνιαία έκδοση	Μηνιαία έκδοση
Α΄	150 €	40 €	15 €
Β΄	300 €	80 €	30 €
Γ΄	50 €	-	-
Υ.Ο.Δ.Δ.	50 €	-	-
Δ΄	110 €	30 €	-

Τεύχος	Ετήσια έκδοση	Τριμηνιαία έκδοση	Μηνιαία έκδοση
Α.Α.Π.	110 €	30 €	-
Ε.Β.Ι.	100 €	-	-
Α.Ε.Δ.	5 €	-	-
Δ.Δ.Σ.	200 €	-	20 €
Α.Ε.-Ε.Π.Ε.	-	-	100 €

- Η τιμή πώλησης μεμονωμένων Φ.Ε.Κ. σε μορφή cd-rom από εκείνα που διατίθενται σε ψηφιακή μορφή και μέχρι 100 σελίδες, σε 5 € προσαυξανόμενη κατά 1 € ανά 50 σελίδες.

ΕΤΗΣΙΕΣ ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ Φ.Ε.Κ.

Τεύχος	Έντυπη μορφή
Α΄	225 €
Β΄	320 €
Γ΄	65 €
Υ.Ο.Δ.Δ.	65 €

Τεύχος	Έντυπη μορφή
Δ΄	160 €
Α.Α.Π.	160 €
Ε.Β.Ι.	65 €
Α.Ε.Δ.	10 €

Τεύχος	Έντυπη μορφή
Α.Ε.-Ε.Π.Ε.	2.250 €
Δ.Δ.Σ.	225 €
Α.Σ.Ε.Π.	70 €
Ο.Π.Κ.	-

- Το τεύχος Α.Σ.Ε.Π. (έντυπη μορφή) θα αποστέλλεται σε συνδρομητές ταχυδρομικά, με την επιβάρυνση των 70 €, ποσό το οποίο αφορά τα ταχυδρομικά έξοδα.

- Η καταβολή γίνεται σε όλες τις Δημόσιες Οικονομικές Υπηρεσίες (Δ.Ο.Υ.). Το πρωτότυπο διπλότυπο (έγγραφο αριθμ. πρωτ. 9067/28.2.2005 2η Υπηρεσία Επιτρόπου Ελεγκτικού Συνεδρίου) με φροντίδα των ενδιαφερομένων, πρέπει να αποστέλλεται ή να κατατίθεται στο Εθνικό Τυπογραφείο (Καποδιστρίου 34, Τ.Κ. 104 32 Αθήνα).
- Σημειώνεται ότι φωτοαντίγραφα διπλοτύπων, ταχυδρομικές Επιταγές για την εξόφληση της συνδρομής, δεν γίνονται δεκτά και θα επιστρέφονται.
- Οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης, τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, τα μέλη της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίου Τύπου Αθηνών και Επαρχίας, οι τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί σταθμοί, η Ε.Σ.Η.Ε.Α, τα τριτοβάθμια συνδικαλιστικά όργανα και οι τριτοβάθμιες επαγγελματικές ενώσεις δικαιούνται έκπτωσης πενήντα τοις εκατό (50%) επί της ετήσιας συνδρομής.
- Το ποσό υπέρ ΤΑ.Π.Ε.Τ. (5% επί του ποσού συνδρομής), καταβάλλεται ολόκληρο (Κ.Α.Ε. 3512) και υπολογίζεται πριν την έκπτωση.
- Στην Ταχυδρομική συνδρομή του τεύχους Α.Σ.Ε.Π. δεν γίνεται έκπτωση.

Πληροφορίες για δημοσιεύματα που καταχωρίζονται στα Φ.Ε.Κ. στο τηλ.: 210 5279000.
Φωτοαντίγραφα παλαιών Φ.Ε.Κ.: τηλ.: 210 8220885.

Τα φύλλα όλων των τευχών της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως διατίθενται δωρεάν σε ηλεκτρονική μορφή από την ιστοσελίδα του Εθνικού Τυπογραφείου (www.et.gr)

Ηλεκτρονική Διεύθυνση: http://www.et.gr - e-mail: webmaster.et@et.gr

ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ΑΠΟ 08:00 ΜΕΧΡΙ 13:30



ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ
ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΟΥ 34 * ΑΘΗΝΑ 104 32 * ΤΗΛ. 210 52 79 000 * FAX 210 52 21 004